

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DALAM PENCAPAIAN TARGET PENDAPATAN ASLI DAERAH DI BADAN PENGELOLAAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN CIREBON

Lutfikha Ufairoh¹, Nurudin Siraj²

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon

Email: lutfikha.ufairoh@yahoo.com, nurudin.siraj@ugj.ac.id



DOI: <http://dx.doi.org/10.33603/reformasi.v4i1>

Diterima: 17 Desember 2020; Direvisi: 8 Januari 2021; Dipublikasikan: Februari 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi kebijakan dan hambatan yang dihadapi dalam proses implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame sesuai Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yaitu masih belum sepenuhnya mengikuti Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 dimana masih banyak wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu dan masih adanya beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor. Penelitian ini menggunakan acuan teori dari Van Metter dan Van Horn yang terdiri atas enam dimensi yang mempengaruhi implementasi kebijakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur yaitu dari buku-buku, arsip, laporan dinas, monografi, surat kabar, internet dan sumber-sumber tertulis lainnya dan studi lapangan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya teknik pengabsahan data yang penulis gunakan adalah triangulasi sumber. Hasil penelitian ini adalah bahwa implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon belum optimal karena setelah penulis melakukan penelitian masih terdapat beberapa kendala, sehingga mempengaruhi target Pendapatan Asli Daerah. Saran yang diberikan penulis yaitu: (1) kepada wajib pajak dan para petugas harus lebih mentaati Peraturan Bupati Nomor 9 tahun 2012; (2) untuk meningkatkan intensitas pendataan secara langsung agar mengurangi penyelenggaraan reklame yang ilegal; (3) untuk meningkatkan kegiatan sosialisasi kepada wajib pajak; (4) untuk meningkatkan kualitas sumber daya, baik sumber daya manusia, anggaran serta sarana dan prasarana.

Kata Kunci: implementasi kebijakan, pemungutan pajak reklame.

I. LATAR BELAKANG

Pembangunan Nasional merupakan upaya pembangunan yang dilakukan secara bekesinambungan, yang bertujuan untuk memberikan kualitas kehidupan masyarakat yang lebih baik. Hal ini yang terkandung di dalam Pembukaan UUD 45 Alinea IV

Sejak berlakunya otonomi daerah di Indonesia, yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang

Pemerintahan Daerah, setiap daerah diharuskan untuk mengatur sendiri urusan rumah tangganya. Pembiayaan pemerintah daerah untuk melaksanakan segala tugas pemerintahan dan pembangunannya membutuhkan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Maka setiap daerah harus dapat menggali sumber-sumber pendapatan daerah secara lebih optimal.

Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan salah satu bentuk peran serta

dari masyarakat dalam menyelenggarakan otonomi daerah, serta merupakan salah satu sumber pendapatan daerah guna membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah.

Dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dinyatakan tegas bahwa :

1. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah.
2. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah, perlu dilakukan perluasan objek-objek pajak daerah dan retribusi daerah dan pemberian diskresi dalam penetapan tarif pajak.
3. Kebijakan pajak daerah dan retribusi daerah dilaksanakan berdasarkan prinsip demokrasi, pemerataan dan keadilan, peran serta masyarakat, dan akuntabilitas dengan memperhatikan potensi daerah.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 05 Tahun 2008, bahwa Kedudukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah adalah unsur Pelaksanan otonomi daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Badan, yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Badan Pegelolaan Pendapatan Daerah memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah khususnya di bidang perpajakan, baik yang berhubungan dengan pajak badan usaha maupun perorangan. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah juga memiliki tanggung jawab yang besar dalam hal pemungutan pajak.

Setiap warga negara wajib mengerti mengenai pajak, dan memiliki kewajiban untuk membayar pajak khususnya bagi yang telah menjadi wajib pajak. Setiap orang/badan yang akan menyelenggarakan

reklame wajib mengetahui apa itu pajak reklame dan mengetahui bagaimana sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame. Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Cirebon diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 9 Tahun 2012 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame.

Pencapaian target pendapatan asli daerah khususnya dari sektor pajak reklame membutuhkan peran serta dari seluruh pegawai Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah dalam hal pemungutan pajak reklame karena masih banyak terdapat wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu, serta masih terdapat beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menemukan adanya hambatan dalam pelaksanaan Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Cirebon, yaitu :

- 1) Masih banyak terdapat wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu, meskipun reklame yang diselenggarakan telah disegel oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon.
- 2) Masih adanya beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan melalui hasil pengamatan di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon, bahwa pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon masih belum optimal.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penulis menggunakan teknik purposif sampling, dalam teknik ini peneliti secara

sengaja menetapkan informan yang dianggap dapat memberikan informasi keterangan atau data yang akurat, serta memahami permasalahan. Maka peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan :

1. Informan kunci (*key informan*) adalah: Kepala Bidang Pajak Daerah II dan Kepala Sub Bagian Pajak Reklame Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon.
2. Informan Pendukung (*supported informan*) adalah: Orang/badan yang menyelenggarakan reklame.

Van Metter dan Van Horn dalam Agustino (2017:128) mendefinisikan Implementasi Kebijakan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijaksanaan.

William N. Dunn dalam bukunya Analisis Kebijakan Publik, mengatakan : “Pola ketergantungan yang kompleks dari pilihan-pilihan kolektif yang saling tergantung, termasuk keputusan-keputusan untuk tidak bertindak, yang dibuat oleh badan atau kantor pemerintah”. (Dunn, 2003 : 132)

Menurut Thomas R. Dye dalam (Agustino, 2017:106) mengemukakan bahwa setidaknya terdapat Sembilan model formulasi kebijakan :

1. model sistem
2. model elit
3. model institusional
4. model kelompok
5. model proses
6. model rasional
7. model inkremential
8. model pilihan public
9. model teori permainan

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah tabel penerimaan pajak reklame dari tahun 2014-2018

	Tahun	Target	Realisasi
Pajak Reklame di Kabupaten Cirebon	2014	2.565.625.000	2.691.814.750
	2015	3.000.000.000	3.399.161.126
	2016	3.400.000.000	3.528.179.615
	2017	3.985.000.000	4.169.160.945
	2018	4.250.000.000	4.200.315.833

a. Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon

Ukuran dan Tujuan Kebijakan

1. Tujuan Kebijakan

Tujuan dari implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame adalah untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Berdasarkan data yang ada menyebutkan bahwa target dalam pemungutan pajak reklame dari tahun 2014-2017 sudah tercapai sedangkan di tahun 2018 tidak tercapai, hal ini terjadi karena beberapa hal yaitu masih banyaknya wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu, serta masih ada beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pajak.

2. Pelaksanaan Kebijakan

Pelaksanaan kebijakan sudah dilakukan secara maksimal dengan adanya sosialisasi yang dilakukan, namun terdapat beberapa hambatan yaitu pada wajib pajaknya yang tidak membayar pajak tepat waktu serta tidak melaporkan pemasangan reklame kepada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon. Sehubungan dengan hal ini kesadaran wajib pajak sangat diperlukan dalam pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame.

Sumberdaya

1. Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas dari petugas pelaksana sudah baik, tetapi jumlah sumber daya

yang dimiliki tidak mencukupi apalagi jika dilihat dari luas wilayahnya maka dapat dikatakan tidak seimbang antara jumlah petugas dengan luas wilayah. Namun, seharusnya hal ini dapat dijadikan sebuah tantangan bagi para petugas agar dapat melaksanakan tugasnya secara lebih maksimal lagi.

2. Anggaran

Anggaran memang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari suatu kegiatan termasuk dalam hal pemungutan pajak reklame. Dalam setiap proses implemtasi kebijakan ini harus dilakukan secara efektif dan efisien agar dapat menyesuaikan dengan anggaran yang dimiliki, serta kegiatan yang dilakukanpun dapat berjalan dengan lancar.

3. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang digunakan untuk pemungutan pajak belum sepenuhnya dapat menunjang kegiatan, meskipun disediakan mobil dinas tetapi sudah tidak begitu layak digunakan.

Karakteristik Agen Pelaksana

1. Kinerja para Pelaksana

Kinerja para pelaksana pemungutan pajak reklame sudah cukup baik dalam menjalankan tugas dan kewajibannya karena kinerja para pelaksana akan mempengaruhi tercapai atau tidaknya target pendapatan asli daerah. Namun hambatannya hanya terletak pada wajib pajak yang sulit membayar pajak.

2. Kemampuan dan Kompetensi Para Pelaksana

Kemampuan dan kompetensi para pelaksana sudah cukup baik karena mereka bekerja dengan mengikuti peraturan yang ada dan para pelaksana ini sudah memiliki banyak pengalaman yang dapat dijadikan pelajaran dalam melaksanakan tugas berikutnya. Namun para pelaksana harus terus meningkatkan dan mengembangkan kemampuannya sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih kepada wajib pajak untuk dapat mengikuti peraturan yang telah ditetapkan.

Sikap atau Kecenderungan (*Disposition*) para Pelaksana

1. Motivasi para Pelaksana

Pemberian motivasi itu untuk memberikan semnagat serta dorongan kepada para petugas agar dapat bekerja lebih maksimal dan dapat mencapai target pendapatan asli daerah, namun tanpa pemberian motivasi pun para petugas akan tetap menjalankan tugas dan kewajibannya sesuai dengan aturan yang berlaku, para pelaksanapun harus mampu memberikan motivasi kepada wajib pajak agar taat pada aturan yang berlaku.

2. Perilaku para Pelaksana

Perilaku para pelaksana dalam pemungutan pajak reklame sudah cukup baik dalam menjalankan tugasnya karena mereka memiliki sopan santun yang baik saat mendatangi wajib pajak. Petugas tetap memberikan pelayanan yang baik terhadap wajib pajak dan tegas kepada mereka yang tidak mengikuti peraturan.

Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

1. Koordinasi dan Komunikasi Pelaksana

Koordinasi dan komunikasi pelaksana sudah berjalan baik, karena koordinasi dan komunikasi merupakan suatu kunci keberhasilan dari tugas yang dilaksanakan, meskipun terdapat wajib pajak yang memang susah untuk diajak berkoordinasi dengan baik, tetapi tidak menghalangi para petugas untuk memberikan pelayanan yang baik. Dengan adanya koordinasi dan komunikasi yang baik akan menjadikan segala kegiatan lebih efektif.

2. Komitmen Pelaksana

Para petugas memiliki komitmen yang tinggi dalam proses penerapan kebijakan pemungutan pajak tentang reklame, karena di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah setiap pegawainya memiliki fakta integritas, dimana mereka

dituntut untuk menjalankan tanggung jawabnya dengan baik.

Lingkungan Ekonomi, Sosial dan Budaya

1. Lingkungan Ekonomi

Lingkungan ekonomi dapat berpengaruh terhadap proses implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame, akan tetapi harus diimbangi dengan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak.

2. Budaya Masyarakat

Budaya yang ada dimasyarakat dapat mempengaruhi proses implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame, karena masih rendahnya tingkat kesadaran dari masyarakat tentang pentingnya pajak. Sebagian dari masyarakat ada beranggapan bahwa untuk apa membayar pajak, padahal membayar pajak merupakan sebuah kewajiban.

b. Hambatan-Hambatan dalam Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Dearah Kabupaten Cirebon

1. Masih banyak wajib pajak yang tidak tepat waktu dalam membayar pajak meskipun sudah diberi surat teguran, padahal berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 bahwa setiap orang/badan yang telah mendaftar menjadi wajib pajak memiliki masa pajak yaitu jangka waktu yang selama 1 (satu) bulan kalender dan sebagai dasar untuk menentukan besarnya pajak terutang.
2. Masih ada beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah untuk menjadi Wajib Pajak Reklame, padahal berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 bahwa setiap orang/badan yang akan melaksanakan pemasangan

reklame wajib melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah.

3. Keterbatasan sumber daya manusia, yaitu kurangnya jumlah pegawai sedangkan Kabupaten Cirebon memiliki wilayah yang cukup luas.

c. Upaya-Upaya dalam Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon

1. Memberikan jalan keluar kepada wajib pajak supaya dapat membayar pajak tepat waktu.
2. Melakukan pendataan secara langsung kepada pihak yang belum melapor bahwa telah menyelenggarakan reklame.
3. Mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada agar pekerjaan dapat dilakukan sesuai dengan tujuan.
4. Memberikan surat yang berisi teguran kepada wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu.

IV. KESIMPULAN

Penerapan kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon masih belum optimal, hal ini dikarenakan masih belum sepenuhnya mengikuti Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajar Reklame. Adapun variabel yang mempengaruhi implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon yaitu :

a) Ukuran dan Tujuan Kebijakan

Dalam pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame bahwa dimensi ukuran dan tujuan kebijakan untuk mencapai tujuan pemungutan pajak reklame belum mencapai target yang ditetapkan, serta pelaksanaan

dilapangan masih belum optimal karena masih banyak wajib pajak yang belum sepenuhnya mengikuti peraturan berdasarkan Peraturan Bupati Cirebon Nomor 9 tahun 2012 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame.

b) Sumberdaya

Dalam dimensi sumber daya pada kualitas sumber daya manusia dari petugas sudah cukup baik meskipun jumlah petugas yang ada masih kurang tetapi para petugas sudah cukup berpengalaman, untuk anggaranpun sudah mencukupi sehingga proses pemungutan pajak dapat berjalan sesuai tujuan dan mencapai target yang ditelaah ditentukan, namun keadaan sarana dan prasarana dalam pemungutan pajak reklame belum cukup mendukung seperti mobil dinas yang kurang layak digunakan.

c) Karakteristik Agen Pelaksana

Dalam dimensi karakteristik agen pelaksana pada kinerja para pelaksana sudah cukup baik, hambatannya hanya terletak pada wajib pajaknya yang sulit untuk membayar pajak tepat waktu. Kemampuan dan kompetensi para pelaksana juga sudah cukup baik karena sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

d) Sikap dan Kecenderungan (*disposition*) para Pelaksana

Dalam dimensi sikap atau kecenderungan (*disposition*) para pelaksana dalam pemberian motivasi memang penting untuk mendorong semangat para pelaksana sehingga dapat bekerja lebih maksimal dalam pencapaian targetnya, pemberian motivasi tersebut dapat berbentuk lisan dan pemberian insentif, namun ada atau tidaknya motivasi para pelaksana sudah seharusnya menjalankan tugasnya dengan baik karena

memang sudah memiliki tugas pokok dan fungsinya masing-masing yang harus tetap dijalankan dengan baik, serta perilaku para pelaksana pun sudah cukup baik dalam proses implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame, namun harus terus ditingkatkan dan lebih bersikap tegas agar wajib pajak dapat mematuhi kebijakan yang ada.

e) Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

Dalam dimensi komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana bahwa koordinasi dan komunikasi dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame sudah berjalan dengan baik karena para pelaksana pun memiliki komitmen yang baik terhadap pekerjaannya, hanya saja terdapat hambatan pada wajib pajaknya yang memang sulit untuk diajak berkoordinasi dengan baik, di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah setiap pegawai memiliki fakta integritas, dimana mereka harus benar-benar berkomitmen terhadap tanggung jawab pekerjaannya.

f) Lingkungan Ekonomi, Sosial dan Politik

Dalam dimensi lingkungan ekonomi, sosial dan politik sangat berpengaruh terhadap proses implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame, jika lingkungan ekonomi meningkat maka penerimaan pajak pun dapat meningkat tetapi hal ini harus didukung pula dengan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pajak, karena budaya dimasyarakat saat ini yang berkembang masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa pajak itu tidak terlalu penting, itulah yang menyebabkan mereka membayar pajak tidak tepat

- waktu serta tidak melapor pada saat akan menyelenggarakan reklame.
1. Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam penerapan kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon adalah :
 - 1) Masih banyak wajib pajak yang tidak tepat waktu dalam membayar pajak meskipun sudah diberi surat teguran, padahal berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 bahwa setiap orang/badan yang telah mendaftar menjadi wajib pajak memiliki masa pajak yaitu jangka waktu yang selama 1 (satu) bulan kalender dan sebagai dasar untuk menentukan besarnya pajak terutang.
 - 2) Masih ada beberapa pihak yang menyelenggarakan reklame tanpa melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah untuk menjadi Wajib Pajak Reklame, padahal berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 9 Tahun 2012 bahwa setiap orang/badan yang akan melaksanakan pemasangan reklame wajib melapor ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah.
 - 3) Keterbatasan sumber daya manusia, yaitu kurangnya jumlah pegawai sedangkan Kabupaten Cirebon memiliki wilayah yang cukup luas.
 2. Upaya yang telah dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut, yaitu :
 - 1) Memberikan sosialisasi kepada wajib pajak agar dapat membayar pajak tepat waktu.
 - 2) Melakukan pendataan secara langsung kepada pihak yang belum melapor bahwa telah menyelenggarakan reklame.

- 3) Mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada agar pekerjaan dapat dilakukan sesuai dengan tujuan.
- 4) Memberikan surat teguran kepada wajib pajak yang tidak membayar pajak tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Sebagai Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Agustino, Leo. 2017. *Dasar-dasar Kebijakan Publik edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta, cv
- Anggara, Sahya. 2018. *Kebijakan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Budiarto, Astrid. 2016. *Pedoman Praktis Membayar Pajak*. Yogyakarta: Genesis Learning
- Dunn, William. 2003. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik edisi Kedua*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Mardiasmo. 2008. *Perpajakan edisi Revisi 2008*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Moleong, Lexy. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Riant. 2011. *Public Policy*. Jakarta: PT Elex Media Komputer
- Rahman, Herlina. 2005. *Pendapatan Asli Daerah*. Jakarta: Arifogosita.
- Subarsono, AG. 2013. *Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR
- Wicaksono, Kristian Widya. 2014. *Telaah Kritis Administrasi & Manajemen Sektor Publik di Indonesia*. Yogyakarta: PENERBIT GAYA MEDIA
- Winarno, Budi. 2014. *Kebijakan Publik (Teori, Proses dan Studi Kasus)*. Yogyakarta: CAPS

Zuraida dan Advianto. 2011. *Penagihan Pajak Pusat dan Pajak Daerah*. Bogor: Ghalia Indonesia

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah

Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 89 Tahun 2016 tentang Fungsi, Tugas Pokok dan Tata Kerja Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah

Peraturan Bupati Cirebon Nomor 9 Tahun 2012 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame

Peraturan Bupati Cirebon Nomor 23 Tahun 2012 tentang Tata Cara Perhitungan Nilai Sewa Reklame